

PERBEDAAN TINGKAT CONSUMER ORIENTED
DITINJAU DARI PERBEDAAN COGNITIVE - STYLE
PADA WIRANIAGA DI BIDANG REAL - ESTATE

(STUDI PENELITIAN PADA WIRANIAGA
DI PT. VCM SURABAYA)

SKRIPSI



OLEH :

Sahid Wiro Handoko

NIM : 079313995

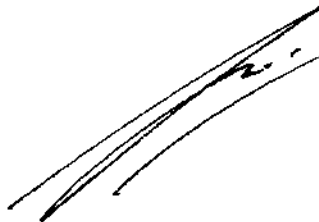
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1999

KK
Psi 44/99
Ham
P

Halaman Persetujuan

Skripsi ini telah disetujui untuk diajukan di depan
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya

Meyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Drs. Fendy Suhariadi, MT
NIP. 131 878364

Abstraksi

Sahid W. Handoko, 079313995. Perbedaan tingkat Consumer oriented ditinjau dari perbedaan Cognitive-style pada wiraniaga di bidang real-estate.

Wiraniaga dalam suatu organisasi perusahaan merupakan ujung tombak perusahaan tersebut dalam mencapai tujuajn-tujuannya. Perbedaan produktivitas yang dihasilkan tiap-tiap wiraniaga mengindikasikan adanya perbedaan individu setiap wiraniaga dalam menyikapi bidang pekerjaannya, antara lain bagaimana berhubungan dengan konsumen, melayani kebutuhan konsumen, memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan lain sebagainya, disamping faktor-faktor lainnya seperti tingkat pendidikan serta pengalaman bekerja.

Faktor-faktor internal pada diri wiraniaga inilah yang melandasi dilakukannya penulisan skripsi ini, sehingga tujuan utama penulisan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat consumer oriented pada wiraniaga jika ditinjau dari perbedaan cognitive-style yang dimiliki masing-masing wiraniaga khususnya mereka yang bekerja dalam bidang real-estate.

Penulisan skripsi ini merupakan penelitian yang berbentuk kajian lapangan yang mencoba mengungkap perbedaan antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang telah disusun sebelumnya. Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri atas tingkat *consumer oriented* sebagai variabel terikat (y) dan *cognitive-style* yang berfungsi sebagai variabel bebas (x). Penentuan variabel-variabel ini memberikan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa **"tidak ada perbedaan tingkat consumer oriented yang signifikan pada wiraniaga jika ditinjau dari perbedaan cognitive style"**. Untuk menunjang penelitian ini, populasi yang dipilih adalah tenaga pemasaran yang bekerja pada perusahaan real-estate di PT VCM Surabaya, dengan menggunakan keseluruhan anggota populasi sebagai sampel penelitian, dimana dari 20 orang tenaga pemasaran yang bekerja pada perusahaan tersebut, keseluruhannya diambil sebagai sample. Sedikitnya jumlah populasi penelitian yang tersedia mengakibatkan digunakannya teknik statistik ANAVA non-parametrik dari Kruskal-Wallis.

Hasil penelitian menunjukkan besarnya nilai koefisien reliabilitas alpha $r = .9191$, Chi-square = 9.285, dengan taraf signifikansi $p = .026$. angka-angka statistik ini menunjukkan bahwa hipotesa yang disusun sebelumnya, ditolak dan dapat diambil kesimpulan bahwa **"ada perbedaan tingkat consumer oriented yang signifikan pada wiraniaga jika ditinjau dari perbedaan cognitive style"**.